

# **ANALISIS ASOSIASI MEREK DUNKIN' DONUTS**

**Studi pada Masyarakat di Kota Yogyakarta**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh

**Singgih Wibisono**

**NIM 06408141028**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN-JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

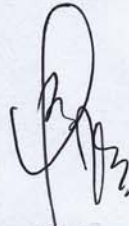
**2012**

## **PERSETUJUAN**

Skripsi yang berjudul “Analisis Asosiasi Merek Dunkin” Donuts Studi Pada Masyarakat di Kota Yogyakarta” yang disusun oleh Singgih Wibisono, NIM. 06408141028 ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan

Yogyakarta, 15 Maret 2012

Pembimbing



Penny Rahmawati, M.Si

NIP. 19660202 200604 2 001

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

Tanda tangan dosen penguji yang tertera dalam halaman pengesahan adalah asli. Jika tidak asli, saya siap menerima sanksi ditunda yudisium pada periode berikutnya.

Yogyakarta, 15 Maret 2012

Yang Menyatakan



Singgih Wibisono

NIM. 06408141028



## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "ANALISIS ASOSIASI MEREK DUNKIN' DONUTS Studi pada Masyarakat di Kota Yogyakarta" ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi oleh Singgih Wibisono NIM 06408141028 pada Tanggal 24 April 2012 dan dinyatakan lulus

### DEWAN PENGUJI

Nama Lengkap	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Dyna Herlina, M.Sc	Ketua Penguji		19-06-2012
Penny Rahmawati, M.Si	Sekretaris Penguji		15-06-2012
Nurhadi, MM	Penguji Utama		15-06-2012

Yogyakarta, .... Juni 2012

Fakultas Ekonomi

Dekan

  
Dr. Sugiharsono, M.Si

NIP 19550328 198303 1 002

# ANALISIS ASOSIASI MEREK DUNKIN' DONUTS

## Studi pada Masyarakat di Kota Yogyakarta

Oleh:

Singgih Wibisono

NIM. 06408141028

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Bentuk-bentuk asosiasi merek yang mampu teridentifikasi dalam ingatan konsumen dan membentuk citra merek pada merek *Dunkin' Donuts*, (2) Mengetahui apakah terdapat perbedaan asosiasi merek *Dunkin' Donuts* berdasarkan karakteristik konsumen yang meliputi usia dan pekerjaan

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di kecamatan Gondokusuman yang telah mengetahui merek *Dunkin' Donuts*. Alasan pemilihan populasi di kecamatan Gondokusuman adalah fokus dalam mendapatkan datanya. Sampel dalam penelitian ini ialah yang pernah membeli merek *Dunkin' Donuts* minimal 2 kali dan berdomisili di kecamatan Gondokusuman. Teknik Pengambilan Sampel metode *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling* (*sampling* bertujuan, yakni cara mengambil sampel penelitian dengan didasarkan atas adanya tujuan atau kriteria tertentu).

Hasil Penelitian ini adalah 1) Terdapat sepuluh asosiasi merek yang mampu teridentifikasi konsumen dan membentuk citra merek, yaitu atribut produk dengan sub indikator; donatnya mempunyai banyak variasi dari segi rasa, donatnya berbentuk cincin ada lubang di tengahnya; atribut tak berwujud dengan sub indikator; merupakan franchise, proses pembelian berlangsung cepat, *desain packaging* menarik, tampilan donat menarik, penataannya memudahkan memilih donat yang diinginkan, memiliki pencahayaan lampu yang sangat baik; kelas produk dengan sub indikator; produknya untuk kelas atas; negara/wilayah geografis dengan sub indikator Dunkin Donut's berasal dari Amerika Serikat dengan nilai signifikansi menunjukkan nilai sebesar  $0,168 > 0,05$ ; 2) Terdapat perbedaan asosiasi merek berdasarkan usia dengan nilai *asymptotic significance* menurut usia sebesar 0,000 dan terdapat perbedaan asosiasi merek berdasarkan jenis pekerjaan dengan nilai *asymptotic significance* menurut jenis pekerjaan sebesar 0,005

Kata Kunci: Asosiasi Merek

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi dengan judul “Analisis Asosiasi Merek Dunkin’ Donuts studi pada masyarakat di Kota Yogyakarta” disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

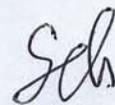
Skripsi ini tidak akan berhasil tanpa peran serta dukungan berbagai pihak, oleh karenanya saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Sugiharsono, M.Si sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
2. Naning Margasari, MBA sebagai Ketua Jurusan Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta
3. Penny Rahmawati M.Si, dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan sehingga skripsi saya telah selesai saya kerjakan
4. Seluruh Dosen Jurusan Manajemen yang selama kuliah memberikan ilmu dan nasihat yang sangat banyak, sehingga bisa seperti sekarang
5. Dinas Perizinan Kota Yogyakarta yang telah mempermudah dalam pembuatan surat izin Penelitian
6. Orang tua yang telah memberikan bantuan materiil dan doa

Skripsi ini disadari masih jauh dari sempurna, oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini akan diterima dengan senang hati. Akhirnya, skripsi ini semoga bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 26 Maret 2012

Penulis



Singgih Wibisono

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
a. Latar Belakang Masalah.....	1
b. Identifikasi Masalah.....	7
c. Batasan Masalah.....	7
d. Rumusan Masalah.....	8
e. Tujuan Penelitian.....	8
f. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
A. Kajian Teori.....	10
1. Merek.....	10
a. Definisi Merek.....	10
b. Tujuan Merek.....	10
c. Makna Merek.....	11
d. Strategi Merek.....	12
2. Ekuitas Merek.....	13
a. Definisi Ekuitas Merek.....	13
b. Konsep Ekuitas Merek.....	14
3. Asosiasi Merek.....	17
a. Definisi Asosiasi Merek.....	17



b. Acuan Asosiasi Merek .....	18
c. Hubungan Asosiasi Merek dengan Citra Merek.....	23
d. Hubungan Asosiasi Merek dengan Ekuitas Merek.....	23
e. Fungsi Asosiasi Merek.....	25
f. Manfaat Asosiasi Merek.....	27
4. Pengukuran Asosiasi Merek.....	28
5. Definisi Citra Merek.....	29
6. Karakteristik Konsumen.....	31
7. Komunikasi Pemasaran.....	34
a. Definisi Komunikasi Pemasaran.....	34
b. Ciri-ciri Komunikasi Pemasaran.....	34
c. Bentuk-bentuk Komunikasi Pemasaran.....	36
B. Penelitian yang Relevan.....	37
C. Kerangka Berpikir.....	39
D. Hipotesis.....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
A. Desain Penelitian.....	42
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	42
C. Definisi Operasional.....	42
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	44
E. Teknik Pengambilan Sampel.....	45
F. Metode Pengambilan Data.....	46
G. Instrumen Penelitian.....	46
H. Teknik Analisis Data.....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>

A. Gambaran Umum Dunkin' Donuts.....	56
B. Deskripsi Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia dan Jenis Pekerjaan.....	58
1. Deskripsi Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia dan Jenis Pekerjaan.....	58
C. Uji Hipotesis.....	59
1. Pengujian Hipotesis Pertama.....	61
2. Pengujian Hipotesis Kedua.....	65
D. Pembahasan.....	72
<b>BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN.....</b>	<b>77</b>
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran.....	78
C. Keterbatasan Penelitian.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>82</b>

## DAFTAR TABEL

Diagram Konsep Ekuitas Merek.....	14
Tabel 1. Asosiasi Merek.....	47
Tabel 2. Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 3. Hasil Uji Realibilitas.....	52
Tabel 4. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia dan Jenis Pekerjaan.....	59
Tabel 5. Peringkat Asosiasi Merek.....	60
Tabel 6. Analisis Asosiasi Merek.....	62
Tabel 7. Hasil Uji Chi Square.....	65
Tabel 8. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia .....	70
Tabel 9. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	71

## **DAFTAR GAMBAR**

Diagram Konsep Ekuitas Merek.....	14
-----------------------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner.....	82
Tabel 1. Uji Coba Instrumen.....	85
Tabel 2. Uji Validitas.....	87
Tabel 3. Uji Realibilitas.....	88
Tabel 4. Hasil Penelitian.....	89
Tabel 5. Hasil Uji Cochran.....	92
Tabel 6. Hasil Uji Chi Square.....	106